

## La interactivitat en l'entreteniment infantil

**05/2013 - Ciències de la Comunicació.** Utilitzant com a cas d'estudi el conegut canal temàtic infantil i multiplataforma català Super3, una tesi doctoral realitzada a la UAB ha estudiat la interactivitat en els continguts infantils en televisió i internet. Aquesta investigació ha intentat veure quina és la interactivitat dels nens i nenes davant d'aquest tipus d'ofertes d'entreteniment, ha aportat nova informació en relació a la identificació d'estils o tipus d'interlocució i ha establert categories que ajuden a comprendre millor aquest fenomen.



Aquesta investigació gira al voltant de la temàtica de la interactivitat en l'oferta de continguts infantils cross-media en televisió digital terrestre (TDT) i Internet, apuntant a explorar la interlocució que té lloc a partir de les ofertes interactives presents en mitjans digitals produïts per a nens i nenes, prenent com a cas d'estudi el canal temàtic infantil i multiplataforma Super3. Els objectius de la recerca es dirigeixen a: 1) identificar l'oferta d'interactivitat present en continguts cross-media de producció pròpia de Super3 per TDT i Internet, 2) establir quina és la proposta d'interactivitat implícita en la producció d'aquests continguts, 3) caracteritzar la interlocució exercida pels nens i nenes a partir de l'oferta; 4) contribuir a la discussió al voltant de la interlocució que poden estar exercint nens i nenes de 8 a 14 anys davant ofertes d'interactivitat.

Els referents teòrics i conceptuals utilitzats van estar relacionats amb: la convergència cultural en el sentit de les transformacions simbòlic-culturals dels modes de consum (participació activa dels consumidors) i dels de producció de mitjans (amplificació d'aquesta participació), la producció i distribució cross-media de continguts que circulen per diferents plataformes; teories de la recepció activa que emfatitzen el paper participatiu de les audiències, usuaris, consumidors o interlocutors, i la teoria de les hipermediacions que destaca els elements de participació i col·laboració textual que esdevenen del consum/producció de mitjans digitals interactius.

Es va disposar un disseny metodològic centrat en l'enfocament qualitatiu per al desenvolupament d'un tipus de recerca exploratòria basada en el mètode d'estudi de cas únic (Super3) amb unitats d'anàlisi integrades (Info K i Tags). La recollida d'informació es va fer al voltant dels continguts en les plataformes TDT i Internet, la producció i distribució dels mateixos, i els nens i nenes com audiències potencials; utilitzant com a tècniques d'investigació l'anàlisi qualitativa de continguts, entrevistes i grups focals.

L'aportació realitzada amb la investigació està en la direcció del coneixement de les característiques de les opcions existents en els continguts, la concepció i pràctiques professionals que involucren els productors en el seu desenvolupament i la relació que estableixen nens i nenes amb ella. D'allí que es va poder avançar en la identificació d'estils, formes o tipus d'interlocució dins de la interactivitat. En aquest sentit, s'aporten categories emergents, referides a la interactivitat controlada o oberta, en l'oferta, i la interlocució controlada o oberta, en el consum, les quals contribueixen a la comprensió del fenomen d'una forma qualitativa i ajustada a les pràctiques i relacions que actualment tenen lloc entre la població infantil.

Andrea Lafaurie Molina.

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

"Interactividad en la oferta de contenidos infantiles cross-media para TDT e Internet: el caso de Super3", tesi doctoral de Andrea Lafaurie Molina en el Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.